

Handel im Wandel

2018

Handel im Wandel 2018



Zusammenfassung



Ergebnisse

Interesse am Einsatz von KI beim Kauf von Produkten



Einstellungen zum Einsatz von KI im Handel



Über die Studie





Zusammenfassung 1/2



Der Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI) im Einzelhandel stößt nicht uneingeschränkt auf Akzeptanz: 28 % der Deutschen finden es gut, weitere 43 % zumindest teilweise, aber 29 % zeigen sich ablehnend. ► Männer stehen den Möglichkeiten von KI im Einzelhandel positiver gegenüber als Frauen, ► ebenso die unter 30-Jährigen. Mit zunehmendem Alter schwindet die Akzeptanz von KI im Einzelhandel. ►



Besonders der Einsatz von Robotern beim Einkauf spaltet die Nation: So könnte sich die eine Hälfte der Bevölkerung vorstellen, von einem Roboter entsprechend der Einkaufsliste zu den jeweiligen Regalen gefahren zu werden oder sich von einem Roboter eigenständig den Einkaufswagen füllen zu lassen, während man selbst einen Kaffee trinkt oder andere Dinge erledigt. Die andere Hälfte der Bevölkerung lehnt dieses allerdings ab. ►



Wenn es darum geht, dass Roboter die Beratungsleistung von Menschen übernehmen könnten, ist die Ablehnung allerdings eindeutig größer (83 %). Zudem hätten acht von zehn Deutschen bei zu viel Einsatz von künstlicher Intelligenz das Gefühl, nur noch fremdgesteuert zu werden. ►



Hilfreich jedoch fänden es 59 % der Bevölkerung, sich von einem Computer im Geschäft die Körpermaße scannen zu lassen, damit entsprechend passende Kleidungsstücke herausgesucht werden können. ► Besonders bei Männern würde dieses Angebot auf große Zustimmung stoßen. ► Den eigenen Gesichtsausdruck von einer Kamera am Eingang des Geschäfts scannen zu lassen, um an die jeweilige Stimmungslage angepasste, persönlich zugeschnittene Angebote zu erhalten, geht dann aber mehr als drei Viertel der Deutschen zu weit. ►



Zusammenfassung 2/2



Zwei Drittel der Bevölkerung können sich grundsätzlich vorstellen, Lebensmittel online zu bestellen und nach Hause liefern zu lassen, ► die Lebensmittel aber über 'Smart Lock' direkt in den Kühlschrank nach Hause geliefert zu bekommen ohne selbst anwesend zu sein, lehnen knapp drei Viertel der Bevölkerung ab. ►



44 % der Deutschen sehen durch den Einsatz von künstlicher Intelligenz einen Attraktivitätsgewinn für den stationären Einzelhandel. ► Besonders die unter 40-Jährigen sehen hierin eine Chance für den stationären Einzelhandel. ►



Ergebnisse

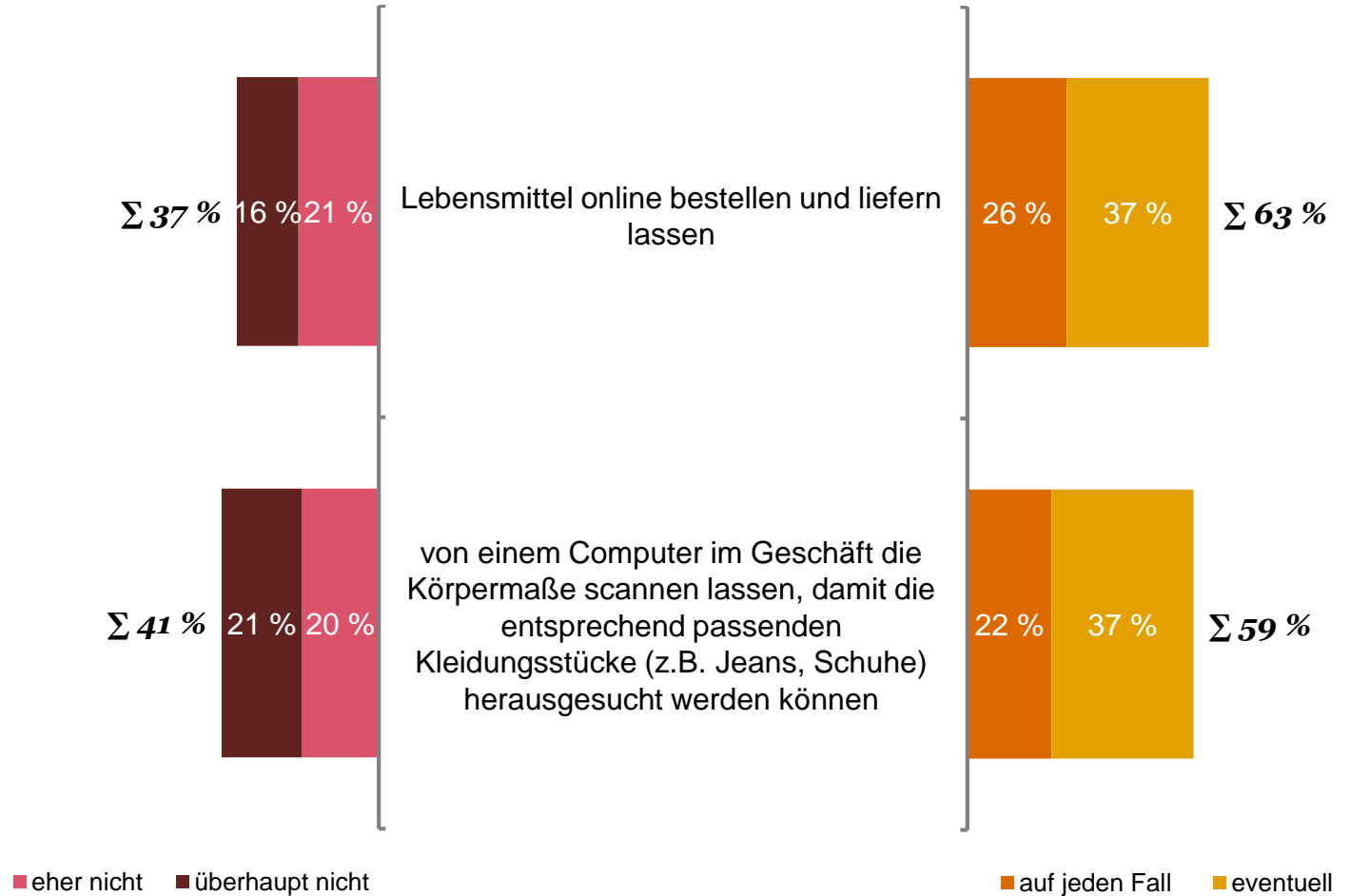
Welche Ideen würden Sie nutzen?

Sechs von zehn Deutschen könnten sich vorstellen, im Geschäft die Körpermaße scannen zu lassen, damit passende Kleidungsstücke herausgesucht werden können.

Frage 1: Welche der nachfolgend aufgeführten Ideen rund um den Kauf von Produkten oder Lebensmitteln könnten Sie sich vorstellen zu nutzen? Basis: alle Befragten, N = 2.000 (skalierte Abfrage, sortiert nach Top2 "auf jeden Fall bzw. eventuell")

würde ich eher nicht bzw. überhaupt nicht nutzen

würde ich auf jeden Fall bzw. eventuell nutzen





Ergebnisse

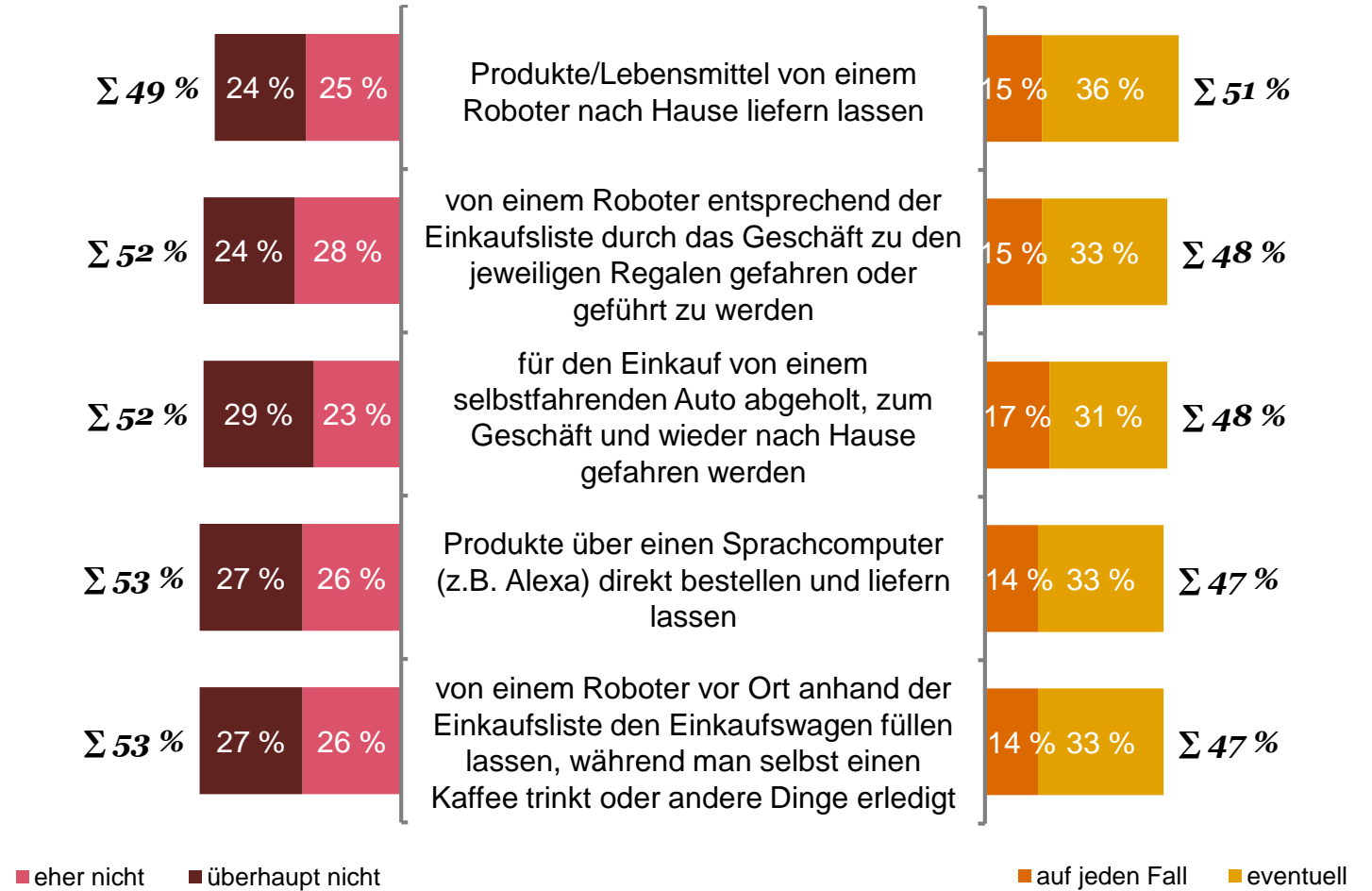
Welche Ideen würden Sie nutzen?

Der Einsatz von Robotern beim Einkauf polarisiert - sei es zur Lieferung von Produkten nach Hause, als Begleiter durch die Regale oder als eigenständiger Einkaufswagen.

Frage 1: Welche der nachfolgend aufgeführten Ideen rund um den Kauf von Produkten oder Lebensmitteln könnten Sie sich vorstellen zu nutzen? Basis: alle Befragten, N = 2.000 (skalierte Abfrage, sortiert nach Top2 "auf jeden Fall bzw. eventuell")

würde ich eher nicht bzw. überhaupt nicht nutzen

würde ich auf jeden Fall bzw. eventuell nutzen





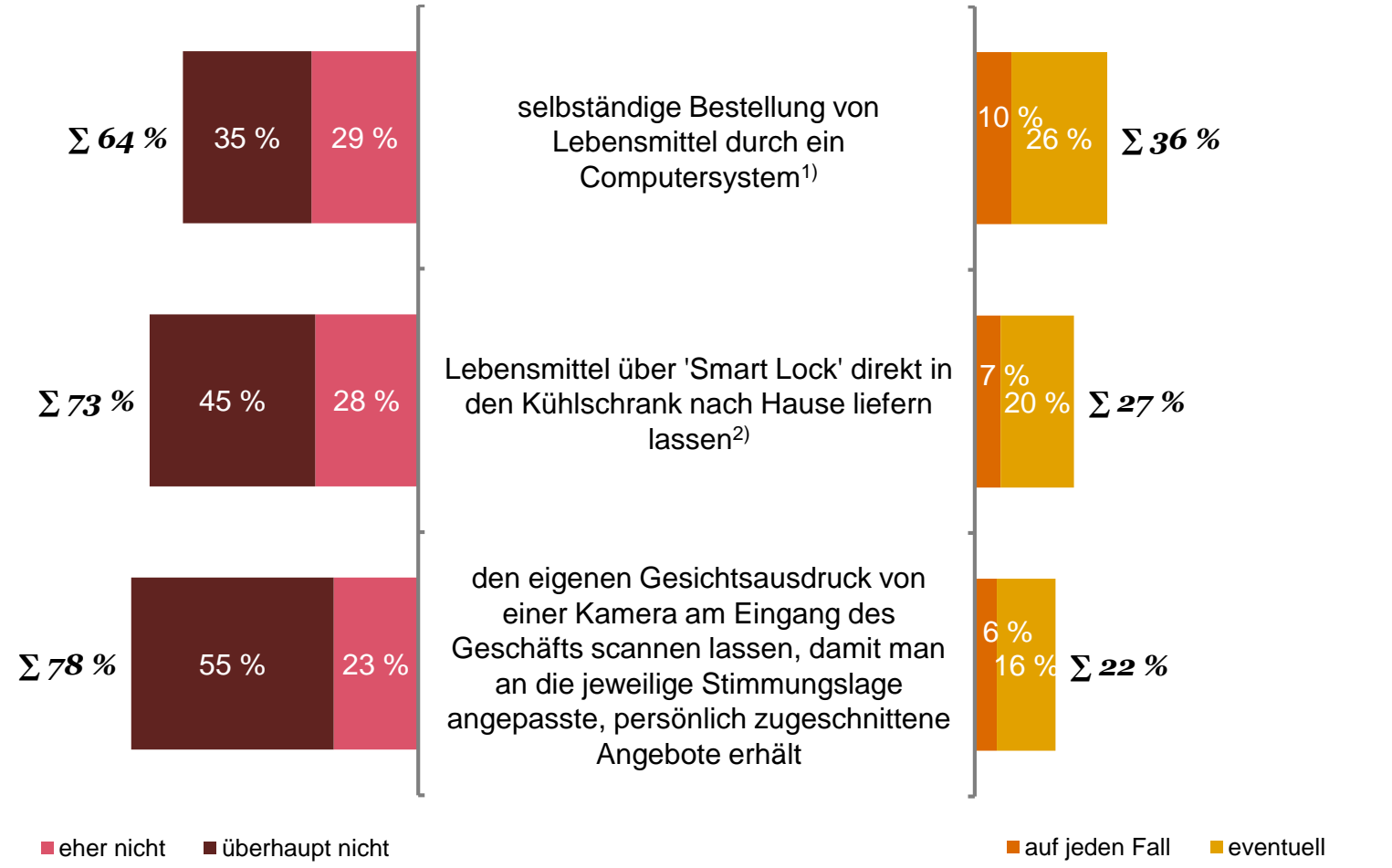
Welche Ideen würden Sie nutzen?

Knapp drei Viertel der Deutschen lehnen eine Lieferung von Lebensmittel über Smart Lock direkt in den eigenen Kühlschrank ab.

Frage 1: Welche der nachfolgend aufgeführten Ideen rund um den Kauf von Produkten oder Lebensmitteln könnten Sie sich vorstellen zu nutzen? Basis: alle Befragten, N = 2.000 (skalierte Abfrage, sortiert nach Top2 "auf jeden Fall bzw. eventuell")

würde ich eher nicht bzw. überhaupt nicht nutzen

würde ich auf jeden Fall bzw. eventuell nutzen



1) z.B. durch einen intelligenten Kühlschrank, der merkt, wann die Milch/Butter/Eier o.ä. leer werden und dann entsprechend des Haushaltsverbrauchs die Produkte automatisch nachbestellt
 2) durch ein intelligentes Schließsystem können der Eintritt in die Wohnung und der Zugriff auf bestimmte Geräte für einen gewissen Freiraum und für bestimmte Personen freigeschaltet werden



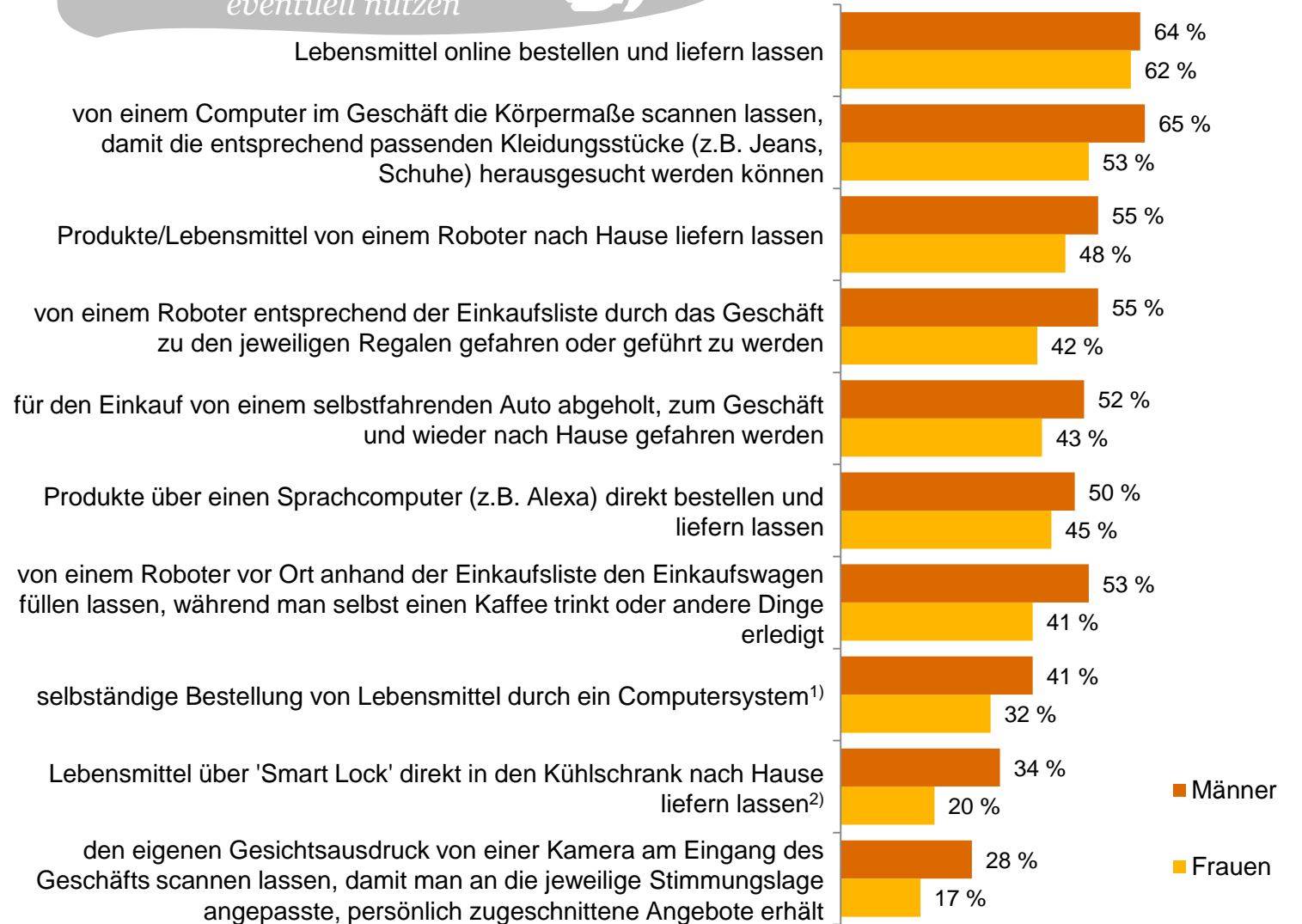
Ergebnisse

Welche Ideen würden Sie nutzen?

Männer würden sich eher als Frauen von einem Roboter durch die Regale führen lassen oder gleich direkt vom Roboter den Einkaufswagen selbständig füllen lassen und in der Zeit Kaffee trinken.

Frage 1: Welche der nachfolgend aufgeführten Ideen rund um den Kauf von Produkten oder Lebensmitteln könnten Sie sich vorstellen zu nutzen? Basis: alle Befragten, N = 2.000 (skalierte Abfrage, hier ausgewiesen Top2 "auf jeden Fall bzw. eventuell")

würde ich auf jeden Fall bzw. eventuell nutzen



1) z.B. durch einen intelligenten Kühlschrank, der merkt, wann die Milch/Butter/Eier o.ä. leer werden und dann entsprechend des Haushaltsverbrauchs die Produkte automatisch nachbestellt

2) durch ein intelligentes Schließsystem können der Eintritt in die Wohnung und der Zugriff auf bestimmte Geräte für einen gewissen Freiraum und für bestimmte Personen freigeschaltet werden



Ergebnisse

Welche Ideen würden Sie nutzen?

Personen in Haushalten mit Kindern zeigen ein durchweg höheres Interesse am Einsatz von Robotern als Einkaufshilfe.

Frage 1: Welche der nachfolgend aufgeführten Ideen rund um den Kauf von Produkten oder Lebensmitteln könnten Sie sich vorstellen zu nutzen? Basis: alle Befragten, N = 2.000 (skalierte Abfrage, hier ausgewiesen Top2 "auf jeden Fall bzw. eventuell")

würde ich auf jeden Fall bzw. eventuell nutzen

	Haushaltssituation		
	1-Personen-Haushalt	Mehrpersonen-Haushalt ohne Kind	Mehrpersonen-Haushalt mit Kind(ern)
Basis	569	986	445
Lebensmittel online bestellen und liefern lassen	61%	61%	70%
von einem Computer im Geschäft die Körpermaße scannen lassen, damit die entsprechend passenden Kleidungsstücke (z.B. Jeans, Schuhe) herausgesucht werden können	55%	58%	68%
Produkte/Lebensmittel von einem Roboter nach Hause liefern lassen	51%	47%	62%
von einem Roboter entsprechend der Einkaufsliste durch das Geschäft zu den jeweiligen Regalen gefahren oder geführt zu werden	44%	46%	59%
für den Einkauf von einem selbstfahrenden Auto abgeholt, zum Geschäft und wieder nach Hause gefahren werden	46%	45%	56%
Produkte über einen Sprachcomputer (z.B. Alexa) direkt bestellen und liefern lassen	43%	44%	60%
von einem Roboter vor Ort anhand der Einkaufsliste den Einkaufswagen füllen lassen, während man selbst einen Kaffee trinkt oder andere Dinge erledigt	41%	45%	59%
selbständige Bestellung von Lebensmittel durch ein Computersystem ¹⁾	31%	33%	51%
Lebensmittel über 'Smart Lock' direkt in den Kühlschrank nach Hause liefern lassen ²⁾	21%	22%	47%
den eigenen Gesichtsausdruck von einer Kamera am Eingang des Geschäfts scannen lassen, damit man an die jeweilige Stimmungslage angepasste, persönlich zugeschnittene Angebote erhält	18%	18%	37%

1) z.B. durch einen intelligenten Kühlschrank, der merkt, wann die Milch/Butter/Eier o.ä. leer werden und dann entsprechend des Haushaltsverbrauchs die Produkte automatisch nachbestellt

2) durch ein intelligentes Schließsystem können der Eintritt in die Wohnung und der Zugriff auf bestimmte Geräte für einen gewissen Freiraum und für bestimmte Personen freigeschaltet werden



Wie wird KI im Einzelhandel gesehen?

44 % der Deutschen sehen durch den Einsatz von künstlicher Intelligenz einen Attraktivitätsgewinn für den stationären Einzelhandel.

Frage 2: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Basis: alle Befragten, N = 2.000 (skalierte Abfrage, hier ausgewiesen: Top2 "stimme voll und ganz bzw. eher zu")



Wie wird KI im Einzelhandel gesehen?

Besonders die unter 40-Jährigen sehen die Möglichkeit, durch den Einsatz von künstlicher Intelligenz den Einzelhandel vor Ort attraktiver zu machen.

Frage 2: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Basis: alle Befragten, N = 2.000 (skalierte Abfrage, hier ausgewiesen: Top2 "stimme voll und ganz bzw. eher zu")

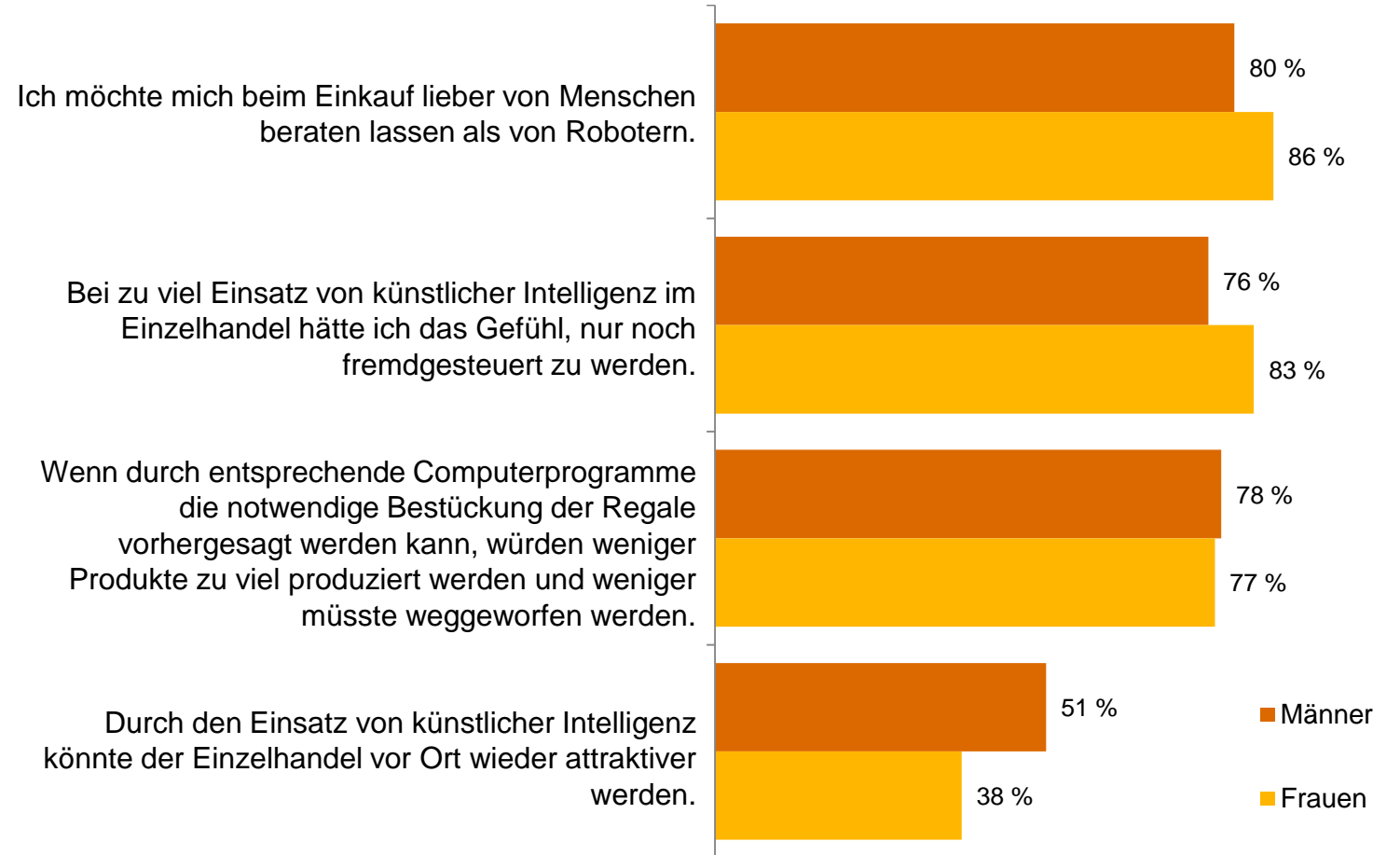
stimme voll und ganz bzw. eher zu

	Total	Alter				
		18-29 Jahre	30-39 Jahre	40-49 Jahre	50-59 Jahre	60+ Jahre
Basis	2.000	338	298	322	382	660
Ich möchte mich beim Einkauf lieber von Menschen beraten lassen als von Robotern.	83 %	73 %	77 %	82 %	85 %	90 %
Bei zu viel Einsatz von künstlicher Intelligenz im Einzelhandel hätte ich das Gefühl, nur noch fremdgesteuert zu werden.	80 %	74 %	75 %	81 %	78 %	85 %
Wenn durch entsprechende Computerprogramme die notwendige Bestückung der Regale vorhergesagt werden kann, würden weniger Produkte zu viel produziert werden \und weniger müsste weggeworfen werden.	78 %	74 %	79 %	78 %	75 %	81 %
Durch den Einsatz von künstlicher Intelligenz könnte der Einzelhandel vor Ort wieder attraktiver werden.	44 %	55 %	57 %	46 %	36 %	37 %



Wie wird KI im Einzelhandel gesehen?

Frauen befürchten häufiger als Männer, bei zu viel Einsatz von künstlicher Intelligenz fremdgesteuert zu werden.

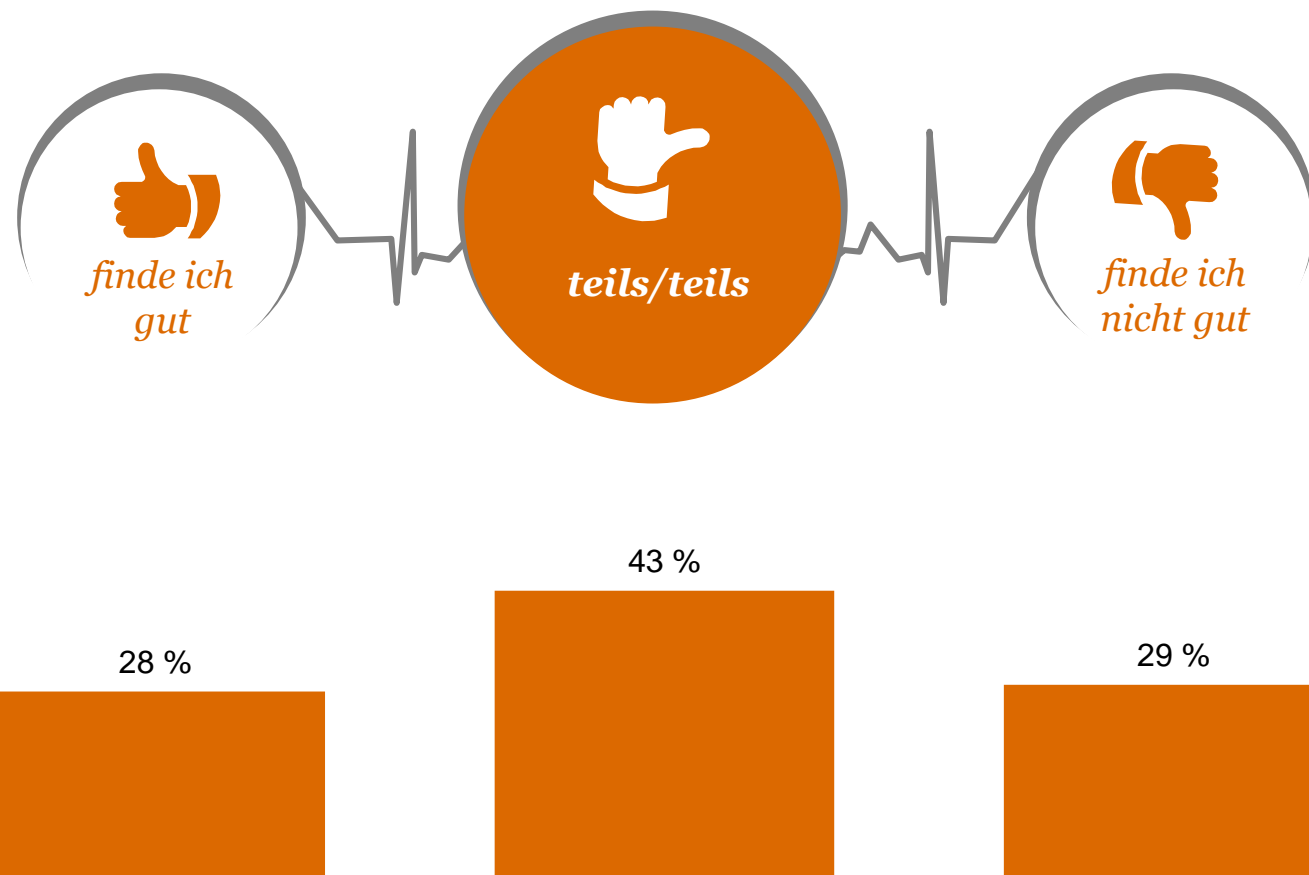


Frage 2: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Basis: alle Befragten, N = 2.000 (skalierte Abfrage, hier ausgewiesen: Top2 "stimme voll und ganz bzw. eher zu")



Wie denken Sie über den Einsatz von KI im Einzelhandel?

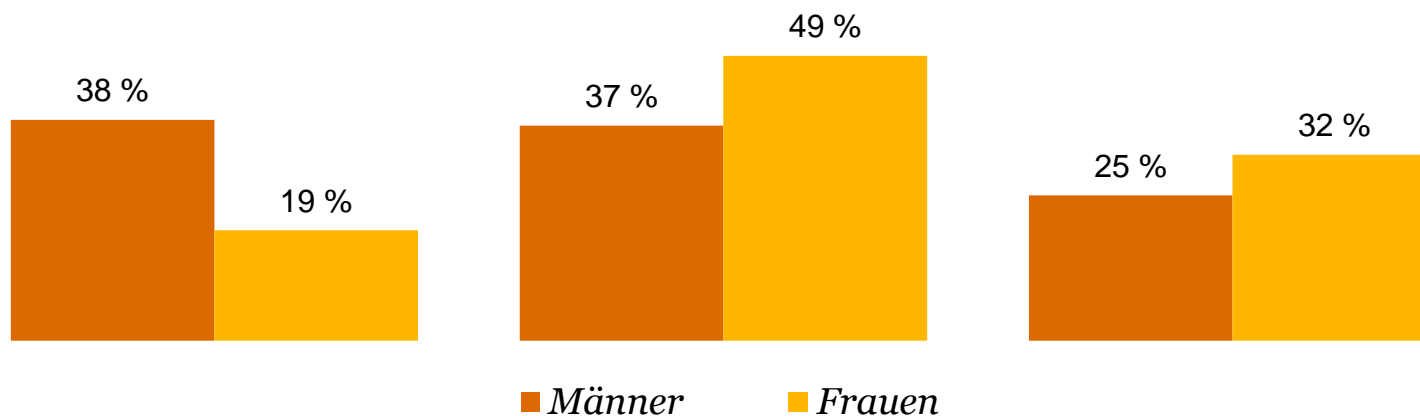
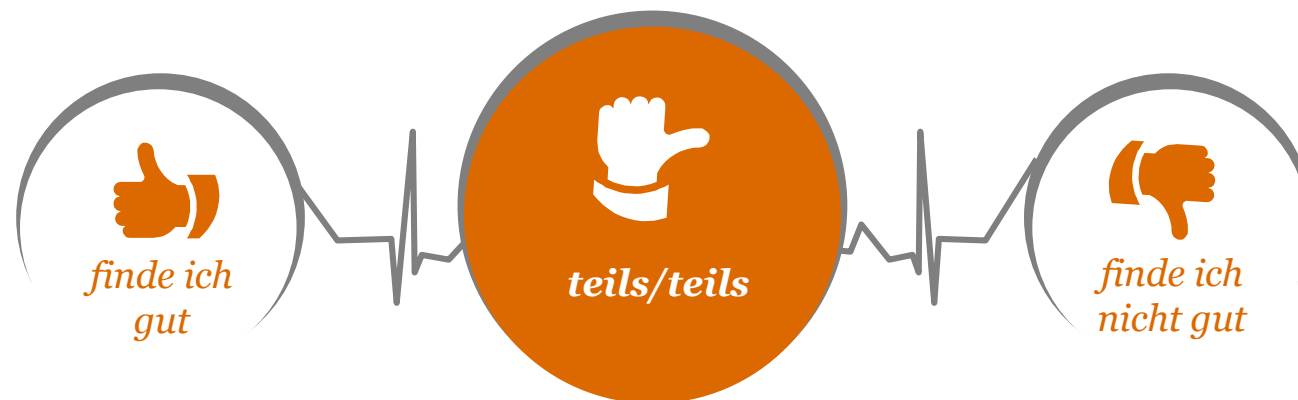
Der Einsatz von künstlicher Intelligenz wird nicht uneingeschränkt positiv bewertet.



Frage 3: Alles in allem gesehen: Wie denken Sie über den Einsatz von künstlicher Intelligenz im Einzelhandel? Basis: alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Wie denken Sie über den Einsatz von KI im Einzelhandel?

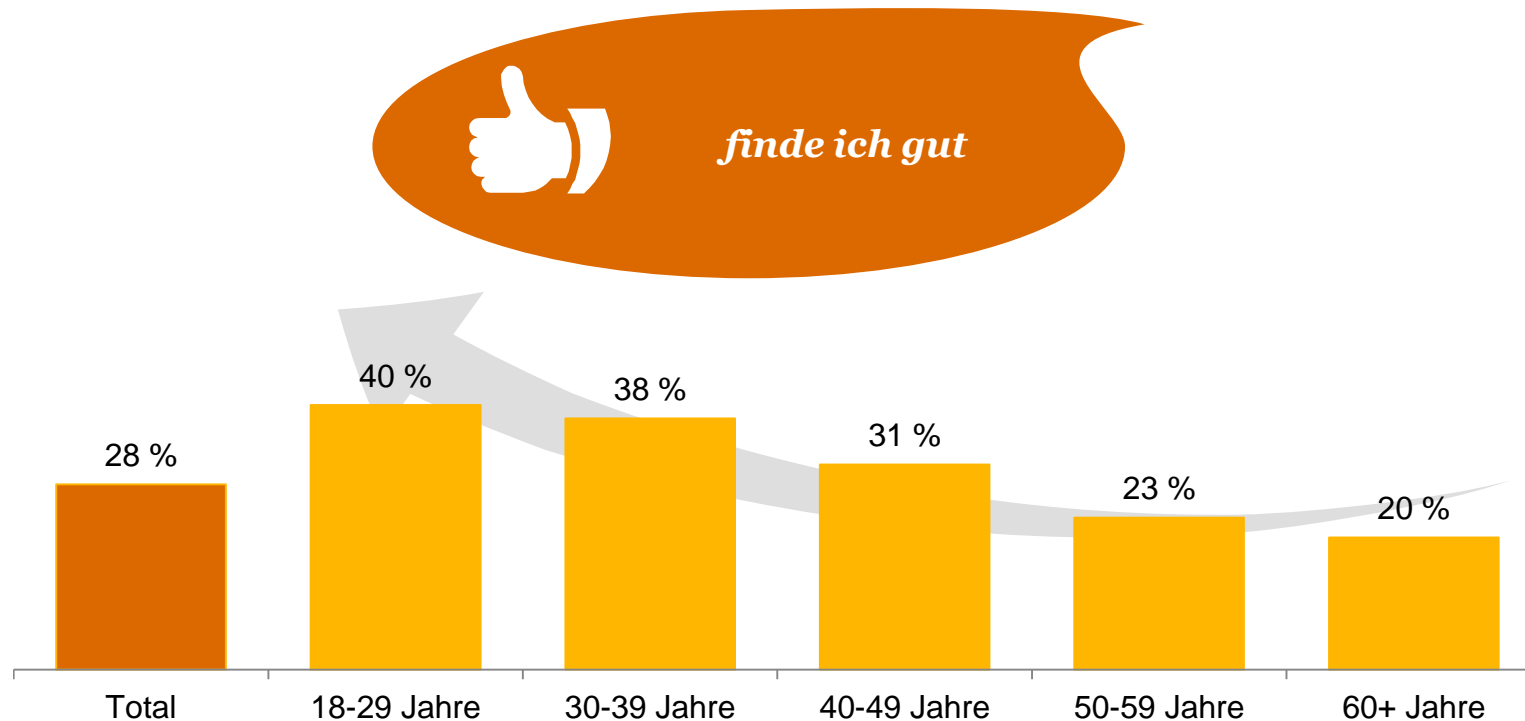
Männer befürworten künstliche Intelligenz im Einzelhandel deutlich mehr als Frauen.



Frage 3: Alles in allem gesehen: Wie denken Sie über den Einsatz von künstlicher Intelligenz im Einzelhandel? Basis: Männer, N = 978, bzw. Frauen, N = 1.022 (Einfachnennung)

Wie denken Sie über den Einsatz von KI im Einzelhandel?

40 % der unter 30-Jährigen finden den Einsatz von künstlicher Intelligenz im Einzelhandel gut.



Frage 3: Alles in allem gesehen: Wie denken Sie über den Einsatz von künstlicher Intelligenz im Einzelhandel? Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Hintergrund und Untersuchungs- ansatz

Hintergrund

Der Berichtsband stellt die Ergebnisse einer Onlinebevölkerungsbefragung zum Thema „***Künstliche Intelligenz – Wandel im Handel***“ dar, die im Auftrag der PricewaterhouseCoopers GmbH durchgeführt wurde.

Untersuchungsansatz

- Erhebungsmethode: Onlinepanelbefragung
- Zielgruppe: Deutsche ab 18 Jahren, bevölkerungsrepräsentativ.
- Stichprobengröße: N = 2.000
- Erhebungszeitraum: September 2018
- Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet.

Statistik



<i>Geschlecht</i>	<i>Total</i>
männlich	49 %
weiblich	51 %



<i>Alter</i>	<i>Total</i>
18 bis 29 Jahre	17 %
30 bis 39 Jahre	15 %
40 bis 49 Jahre	16 %
50 bis 59 Jahre	19 %
60 Jahre und älter	33 %



<i>Familienstand</i>	<i>Total</i>
ledig	26 %
verheiratet/mit Partner bzw. Partnerin zusammenlebend	57 %
geschieden/verwitwet/getrennt lebend	16 %
keine Angabe	1 %



<i>Haushaltsgröße</i>	<i>Total</i>
1 Person	28 %
2 Personen	40 %
3 Personen	17 %
4 Personen oder mehr	15 %



<i>Kinder unter 18 Jahren im Haushalt</i>	<i>Total</i>
ja	31 %
nein	69 %



<i>höchster Bildungsabschluss</i>	<i>Total</i>
kein allgemeiner Schulabschluss	0 %
Volks-/Hauptschule	15 %
mittlere Reife	37 %
Fachhochschulreife/Abitur	22 %
abgeschlossenes Studium	25 %
keine Angabe	1 %

Basis: alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Statistik



<i>Berufstätigkeit</i>	<i>Total</i>
voll oder teilweise berufstätig	56 %
in Ausbildung (Schüler, Student, Lehrling)	5 %
in Umschulung	1 %
vorübergehend arbeitslos	4 %
Rentner/Pensionär	28 %
Hausfrau/Hausmann	6 %



<i>monatliches Haushaltsnettoeinkommen</i>	<i>Total</i>
unter 1.000 Euro	9 %
1.000 bis unter 2.000 Euro	23 %
2.000 bis unter 3.000 Euro	27 %
3.000 bis unter 4.000 Euro	17 %
4.000 Euro und mehr	13 %
keine Angabe	11 %



<i>Bundesland</i>	<i>Total</i>
Baden-Württemberg	13 %
Bayern	16 %
Berlin	4 %
Brandenburg	3 %
Bremen	1 %
Hamburg	2 %
Hessen	7 %
Mecklenburg-Vorpommern	2 %
Niedersachsen	10 %
Nordrhein-Westfalen	22 %
Rheinland-Pfalz	5 %
Saarland	1 %
Sachsen	5 %
Sachsen-Anhalt	3 %
Schleswig-Holstein	3 %
Thüringen	3 %

Basis: alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Ihre Ansprechpartner

**Christian Kirschniak**

Partner & Head of Data & Analytics Advisory, PwC Europe

Tel.: (0711) 25034-3254

E-Mail: christian.kirschniak@pwc.com

Hendrik Reese

Lead Trust in AI und Responsible AI, PwC Germany

Tel.: (089) 5790-6093

E-Mail: hendrik.reese@pwc.com

Thomas Meinhardt

PwC Communications

Tel.: (0211) 981 – 1142

E-Mail: thomas.meinhardt@pwc.com

© Dezember 2018 PricewaterhouseCoopers GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. Alle Rechte vorbehalten. „PwC“ bezeichnet
in diesem Dokument die PricewaterhouseCoopers GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, die eine Mitgliedsgesellschaft der
PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL) ist. Jede der
Mitgliedsgesellschaften der PwCIL ist eine rechtlich selbstständige
Gesellschaft.